

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
FACULDADE DE DIREITO**

**MARCOS FLÁVIO DE OLIVEIRA**

**A EXISTÊNCIA DE UM CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL  
DISTINTO DO CONTRATO DE AGÊNCIA À LUZ DO NOVO CÓDIGO CIVIL**

**CURITIBA  
2008**

**MARCOS FLÁVIO DE OLIVEIRA**

**A EXISTÊNCIA DE UM CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL  
DISTINTO DO CONTRATO DE AGÊNCIA À LUZ DO NOVO CÓDIGO CIVIL**

Trabalho de Conclusão de Curso,  
apresentado em cumprimento a requisito  
parcial para a obtenção do grau Bacharel  
em Direito, junto à Universidade Federal do  
Paraná.

Orientador: Professor Carlos Eduardo  
Manfredini Hapner

Co-orientador: Alfredo de Assis Gonçalves  
Neto

**CURITIBA  
2008**

	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>06</b>
<b>1</b>	<b>HISTÓRICO – CONSIDERAÇÕES SOBRE O SURGIMENTO DO INSTITUTO</b>	<b>08</b>
<b>2</b>	<b>AS DÚVIDAS ACERCA DA EXISTÊNCIA OU NÃO DE UM CONTRATO DE AGÊNCIA DISTINTO DO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL APÓS A PROMULGAÇÃO DO CÓDIGO CIVIL DE 2002</b>	<b>15</b>
2.1	Diversas posições doutrinárias sobre a existência de um contrato de agência distinto do contrato de representação comercial	17
2.1.1.	Entendimento de que o contrato de agência e representação comercial são sinônimos	19
2.1.2	Considerações pessoais acerca dos posicionamentos doutrinários	23
<b>3</b>	<b>SEMELHANÇAS ESTRUTURAIS ENTRE O CONTRATO DE AGÊNCIA E O CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL</b>	<b>27</b>
3.1	Conceito	27
3.2	Definição legal	27
3.2.1	Definição legal do instituto no Brasil	27
3.2.1.1	Definição legal do instituto no direito comparado	28
3.2.1.2	Definição do instituto no direito alemão	28
3.2.1.3	Definição do instituto no direito italiano	28
3.2.1.4	Definição do instituto no direito francês	29
3.2.1.4	Definição do instituto no direito suíço	29
3.2.1.6	Definição do instituto no direito português	29
3.3.	Natureza e Características	30
3.4.	Objeto da relação jurídica	31
<b>4.</b>	<b>PROPOSIÇÃO DE UM NOVO CRITÉRIO PARA DISTINÇÃO DO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL E O CONTRATO DE AGÊNCIA.</b>	<b>33</b>

4.1	Contrato de agência como gênero ao qual pertence o contrato de representação comercial	33
4.2	Objeto mediato da relação jurídica como característica que diferencia os contratos de agência e representação comercial	34
4.3	<b>Critério para harmonização das regras do Código Civil e da Lei nº 4.886/65</b>	<b>35</b>
4.4	CONTRATO DE AGÊNCIA DE VIAGEM COMO CONTRATO PARADÍGMA	38
	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>39</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>41</b>

## RESUMO

Após vinte e sete anos em trâmite, em 10.01.2002 foi promulgado o novo Código Civil Brasileiro que, entre suas principais mudanças, estabeleceu a unificação do direito das obrigações, que era em parte regulada pelo Código Civil de 1916, e em parte regulada pelo Código Comercial de 1850. O legislador trouxe para dentro do Código Civil de 2002, em seus artigos 710 a 721, o *contrato de agência*, que era como se conhecia o contrato de representação comercial regido pela Lei 4.886/65. Entretanto. Com a regulação do instituto no Código Civil, ficou a seguinte dúvida no ar: tratam-se realmente da mesma figura? A resposta para essa pergunta terá implicações diretas na prática dessa relação contratual, que constitui uma das formas mais utilizadas para a distribuição de produtos no país. O presente trabalho se propõe a demonstrar que o contrato de agência do Código Civil não se confunde com o contrato de representação comercial, o primeiro é um gênero ao qual o segundo pertence, a diferença desses contratos se encontra em seu objeto mediato: enquanto o contrato de representação comercial se presta a realizar a circulação de mercadorias, o contrato de agência abrange também a intermediação de serviços. Assim estão preservadas todas as disposições da Lei nº 4.886/65 e aplicáveis ao contrato de representação comercial, assim como são aplicáveis a esse contrato as normas estabelecidas pela regra geral (arts. 710 a 721 do Código Civil) no que não conflitarem com a lei especial.

PALAVRAS-CHAVE: Agência. Representação comercial.

## INTRODUÇÃO

O contrato de representação comercial, ou *agência*, como é conhecido na legislação europeia continental, tornou-se uma das modalidades mais importantes de distribuição de produtos no mercado brasileiro a partir do século XIX, por possibilitar aos empresários escoar sua produção com segurança e regularidade, sem a necessidade de manter empregados contratados para tanto.

Apesar de amplamente difundida, essa figura contratual só recebeu tipificação legal no Brasil com a edição da Lei 4.886, de 1965, que recebeu alterações posteriores realizadas pela Lei 8.420, de 1992, tratando a matéria, diferentemente do que restara consagrado na experiência europeia, sob a denominação de **representação comercial**.

Entretanto, passadas quase quatro décadas da edição da referida lei, e solidificada essa prática contratual sob a denominação de *representação comercial*, veio a lume o novo Código Civil em 10.01.2002 (após vinte e sete anos em trâmite desde a elaboração do Projeto de Lei 634/75) que, inspirado nos artigos 1.742 a 1.752 do Código Italiano de 1942, tratou do instituto, em seus artigos. 710 a 721, sob o rótulo de contrato de *agência* e não mais como *representação comercial*, entre os artigos 710 a 721, o que fez, segundo os responsáveis pela elaboração do projeto, para corrigir uma impropriedade terminológica.

Todavia, com a entrada em vigor desse novo diploma não houve uma definição concreta que possibilitasse concluir tratarem-se ou não a agência e a representação comercial das mesmas figuras contratuais, deixando no ar, assim, algumas perguntas, que até agora não foram respondidas a contento pela doutrina ou pelos tribunais. Os principais questionamentos são os seguintes: são a agência e a representação comercial a mesma figura contratual? Se positiva a resposta, houve revogação ou derrogação da Lei 4.886/65? Se não houve, como harmonizar os diferentes regimes jurídicos dos referidos contratos? Se não se trata da mesma figura contratual, qual o critério deverá ser utilizado para divisar um contrato do outro?

Para o enfrentamento deste tema, far-se-á necessária, primeiro, uma incursão em linhas gerais pelo histórico das causas do surgimento dos institutos no cenário mundial, bem como no ordenamento pátrio.

Em seguida, após feitas algumas considerações sobre a natureza e principais características desses contratos, colocar-se-ão em confronto as opiniões de nossos doutrinadores acerca da matéria.

Devidamente confrontadas as opiniões doutrinárias, propor-se-á uma solução para o tema, chegando à conclusão de que os contratos de representação comercial e agência são figuras contratuais distintas, sendo o contrato de agência gênero a que pertence a representação comercial, especialmente disciplinada pelas regras da Lei 4.886/65.

## CAPÍTULO I – HISTÓRICO – CONSIDERAÇÕES SOBRE O SURGIMENTO DO INSTITUTO

Embora alguns elementos do contrato de agência possam ser encontrados já no Direito Romano<sup>1</sup>, identifica-se sua gênese, mais claramente, por volta do século XII, na relação de *comenda*.

Na *comenda*, o *commendator* entregava as suas mercadorias a um *tractor*, que ficava encarregado de vendê-las no estrangeiro, mediante uma participação nos lucros derivados dos negócios por si realizados<sup>2</sup>, passando, futuramente, a participar também nos prejuízos colhidos em virtude da prática dessa atividade comercial.

Entretanto, com a evolução em celeridade e segurança operada nos meios de comunicação no final da Idade Média, tornou-se possível ao *commendator* encaminhar suas mercadorias para lugares cada vez mais distantes, para que lá fossem comercializadas, mas agora por comissários, os quais as negociavam *in loco* com terceiros, em nome próprio, mas por conta do *commendator*<sup>3</sup>, agora comitente. Assim passou a comenda a ser substituída pelo contrato de comissão.

O contrato de comissão, por sua vez, predominou por muito tempo nas práticas de negociação. Essa figura contratual, que se prestava, em especial, a viabilizar a realização de operações mercantis a longa distância, num tempo em que os meios de transporte eram ainda bastante rudimentares, permitia ao comitente, ao invés de negociar diretamente com terceiros, dos quais tinha pouco conhecimento, deixar a gestão de seus negócios nas mãos de pessoas da sua confiança, que lhe deveriam prestar contas pelos negócios realizados<sup>4</sup>.

Entretanto, o contrato de comissão mercantil foi perdendo força, devido à melhoria nos meios de transporte e comunicação, que tornou possível às

---

<sup>1</sup> REQUIÃO, RUBENS. Do Representante Comercial. 4ª ed. São Paulo: Forense, 1993, p. 16

<sup>2</sup> BARATA, Carlos Lacerda. Sobre o Contrato de Agência. Coimbra, 1991, p. 11

<sup>3</sup> BARATA, Carlos Lacerda. Op.cit.p.11

<sup>4</sup> REQUIÃO, Rubens. Op. cit. P. 2



empresas enviar empregados para que vendessem seus produtos, colhendo pedidos que depois lhes eram remetidos<sup>5</sup>.

A tradicional ocasionalidade da atuação do comissário, somada à falta de contato direto do comitente com os compradores de seus produtos, foi um dos aspectos responsáveis por levar ao desuso essa modalidade de distribuição<sup>6</sup>.

Entretanto, da mesma forma, a distribuição direta por meio de vendedores empregados (os viajantes e praticistas) não se mostrou atraente aos empresários, por acarretarem diversas desvantagens, como a assunção de obrigações salariais e a responsabilidade direta pelos atos praticados por esses profissionais.

É nesse cenário que, a partir de meados do século XIX, foi ganhando corpo a figura do intermediário autônomo, o *agente*, a quem cumpria, com regularidade, captar propostas de compra para o produtor ou comerciante, recebendo em troca comissões calculadas sobre os negócios celebrados com sua intermediação<sup>7</sup>.

Como destacou RUBENS REQUIÃO, diversas razões militaram para o sucesso dessa técnica: o caráter não eventual da atividade do agente, diversamente do que, em regra, sucedia com a comissão mercantil; a inexistência de custos fixos com o agente, que recebia comissões e não salários; o maior controle da sua atividade, por parte do produtor ou comerciante, e o contato direto com a clientela agenciada.

No Brasil, essa nova atividade, integrante da atual técnica de comercialização dos **produtos oriundos sobretudo da manufatura**<sup>8</sup>, constituiu uma conseqüência lógica no desenvolvimento da economia moderna. Com o aumento crescente da produção, propiciado pela Revolução Industrial, somado à melhoria das estradas e dos meios de comunicação, a

---

<sup>5</sup> REQUIÃO, Rubens. Op.cit. p. 2

<sup>6</sup> REQUIÃO, Rubens. Op.cit. p.

<sup>7</sup> DE PAOLA, Leonardo Sperb. Contratos de Distribuição: Vida e Morte da Relação Jurídica. Curitiba, 2001, p. 23

<sup>8</sup> Esta noção de que a representação comercial é ligada diretamente à distribuição de produtos (mercadorias) será importante no decorrer deste trabalho, sendo este conceito o marco deste trabalho para distinguir o contrato de representação comercial, do contrato de agência de que trata o Código Civil de 2002.

distribuição dos produtos para diferentes praças comerciais clamou por uma nova técnica que permitisse uma relação contratual constante.

Sem necessidade de maior qualificação para o exercício dessa atividade profissional, a classe dos representantes comerciais tornou-se numerosa e, na mesma medida, vital para realizar a circulação de riquezas na economia nacional, por propiciar a sua prática a todos aqueles que tinham capacidade para comerciar.

Entretanto, em que pese a importância dessa figura contratual na nossa economia, essa atividade ganhou força apenas após a edição do Código Comercial de 1850, o que fez com que ela ficasse por muito tempo atípica no ordenamento jurídico brasileiro.

De fato, o Código de 1850 regulou diversas atividades de agentes intermediários do comércio, mas não a do representante ou agente comercial.

Como destacou RUBENS EDMUNDO REQUIÃO, o Código Comercial regulou variadas atividades exercidas por aqueles que vieram a ser denominados *agentes auxiliares* do comércio, a partir de seu art. 35<sup>9</sup>.

Esses agentes eram classificados em internos e externos. Os agentes internos eram os que possuíam vínculo de subordinação com o agenciado (empregados, vendedores viajantes e praticistas), diferindo em sua essência do contrato de representação comercial, que pressupõe a inexistência de vínculo empregatício. A atividade do agente interno, futuramente, passou a ser regulada pela Consolidação das Leis do Trabalho, de 1943 e pela Lei nº 3.207, de 24 de julho de 1957.

De sua feita, os agentes externos, esses sim assemelhados aos representantes comerciais, eram aqueles que atuavam sem vínculo de subordinação. REQUIÃO cita como exemplo de agentes externos, entre outros, os corretores, que ao longo do tempo se especializaram numa grande gama de atividades<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> REQUIÃO, Rubens Edmundo. Os Contratos de Agência, de Representação e o Contrato de Distribuição. O art. 710 do Código Civil. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. (Coord.). Saraiva: São Paulo, 2006. p.181

<sup>10</sup> Os corretores se especializaram em uma gama de atividades, quais sejam: corretores de valores – Lei 2.146/53; corretores de imóveis – Lei 6.530/78; corretores de seguros – Lei

A falta de disciplina legal do contrato de representação comercial permitia, na prática, uma disparidade de forças entre o representante e o representado. A ausência de contornos visíveis na relação contratual acabava por colocar o representante em posição de desigualdade com relação ao representado, que na maioria das vezes, por estar em posição econômica mais favorável, acabava lhe impondo a sua vontade.

Além disso, a falta de regramento específico permitia que o representado, depois de consolidada uma nova praça comercial, construída com grande esforço pelo representante, terminasse a relação contratual sem lhe pagar qualquer indenização.

Apesar de a representação comercial se tratar já naquela época de uma atividade de verificação prática bastante comum, apenas por volta da metade do Século XX, os Tribunais passaram se preocupar com essa questão. RUBENS REQUIÃO cita um único aresto do Supremo Tribunal Federal, publicado na Revista de Direito Mercantil, volume II (da série antiga), em que foi reconhecido ao agente o direito a indenização, em virtude de denúncia unilateral de contrato.<sup>11</sup>

A lei dos representantes comerciais foi editada apenas após muita pressão da classe dos representantes, que a esse tempo já era bastante numerosa.

Conta RUBENS REQUIÃO que o primeiro passo dos representantes comerciais para a tipificação legal do instituto ocorreu na II Conferência Nacional das Classes Produtoras, realizada em 1949, na estância mineira de Araxá, onde foi levantada a bandeira da reivindicação classista, aprovando-se resolução no sentido de que a conferência se dirigisse à comissão que então elaborava o Projeto de Código Comercial, no Ministério da Justiça, solicitando que no novo diploma fosse definida e caracterizada a figura jurídica do representante comercial, bem como se estabelecessem as necessárias

---

4.594/64; corretores nas operações cambiais – Lei 4.131/62, art. 13, com redação da Lei 9.069/95; os corretores de navios - art. 62 do Cód. Comercial; de cargas, de transporte ou frete, de mercadorias; os agentes de leilões – inicialmente no art. 68 a 73 do Código Comercial e depois no Decreto 21.981/32 e na Lei 4.021/61, aplicável aos leiloeiros rurais

<sup>11</sup> REQUIÃO, Rubens. Op.cit. P.9.

garantias da profissão, e que igual apelo fosse dirigido à Câmara dos Deputados (*Recomendações de Araxá* nº 4, p. 176).

Reuniu-se em São Paulo, após Araxá, o 1º Congresso Nacional de Representantes Comerciais, para prosseguir na reivindicação. Dali surgiu um anteprojeto que, apresentado ao Congresso Nacional, tomou o n.º 1.171/49. Tal projeto, porém, não obteve seguimento, tendo sua reapresentação sido feita em sucessivas legislaturas.

Em 1961 o movimento foi revigorado, com a apresentação do Projeto nº 2.794/61, de autoria do deputado Barbosa Lima Sobrinho. Essa nova iniciativa teve melhor sorte, pois aprovado em várias comissões, o projeto foi por fim remetido ao Congresso Nacional, primeiro ao Senado Federal, depois à Câmara, onde obteve final aprovação. A redação final, de 1965, foi publicada no *Diário do Congresso*. Entretanto, o Projeto acabou restando totalmente vetado pelo então Presidente da República, Humberto de Alencar Castello Branco.

Ao mesmo tempo em que vetava o projeto, porém, o Presidente pediu ao Ministério da Indústria e do Comércio que reexaminasse o assunto, para “melhor conciliar os interesses em foco”. Diante disso, o aludido Ministério providenciou urgentemente novo projeto, contando com o concurso de uma comissão da qual participaram representantes da Confederação Nacional do Comércio e da Confederação Nacional da Indústria. Remetido o novo projeto com mensagem presidencial ao Congresso, dele resultou, sem alteração, a Lei nº 4.886, de 9 de dezembro de 1965<sup>12</sup>.

Foi apenas com a edição dessa lei que o contrato de representação comercial veio a ser tipificado; porém, diferentemente do que ocorria na experiência da legislação européia continental, que dava a essa prática a designação de *contrato de agência*, no Brasil ela recebeu a alcunha de *contrato de representação comercial*.

Essa denominação recebeu muitas críticas, por entenderem os juristas pátrios que a representação – aqui entendida como o poder para execução do negócio – não seria uma condição essencial desse contrato, já que em seu art.

---

<sup>12</sup> REQUIÃO, Rubens. Op. cit. P.11.

1º a Lei 4.886/65 tratava como uma faculdade da relação contratual a possibilidade da *prática ou não de atos relacionados com a execução dos negócios*.

A precipitação da redação do projeto governamental resultou num texto de lei falho e defeituoso, mas que, apesar disso, fez com que a relação entre representantes e representados se estabilizasse. Após algumas décadas, essa lei recebeu os ajustes necessários através da Lei nº 8.420/92.

Nesse entremeio, contudo, foi solicitado a Miguel Reale que apresentasse um projeto para o novo Código Civil. O referido jurista, através de uma comissão capitaneada por si, apresentou o Projeto n.º 634/75, que, com pouquíssimas alterações, após vinte e sete anos em trâmite, veio a culminar no novo código.

O projeto de Lei n.º 634/75 foi aprovado, sendo promulgada em 10.01.2002 a Lei 10.406/2002, dando assim vida ao novo Código Civil Brasileiro que entre outras mudanças importantes, promoveu a unificação do direito das obrigações, que em parte era regulado pelo Código Civil de 1916, e em parte pelo Código Comercial de 1850.

No que importa mais diretamente ao presente trabalho, o novo Código regulou entre os seus artigos 710 e 721 o contrato de *agência*, inspirado nos artigos 1.742 a 1.752 do Código Italiano de 1942. Segundo se extrai da exposição de motivos do novo código, o legislador procurou promover a *“reformulação do contrato de agência e distribuição para atender à lei especial que disciplina a matéria sob o título impróprio de representação comercial”*.

Entretanto, embora tenha sido a intenção do legislador regular a mesma matéria (representação comercial) sob diferente nomenclatura (agência), é certo que a lei tem *vontade distinta de seu legislador*, e passados quase cinco anos da edição do novo Código, ainda não há um posicionamento firme que indique se o contrato de agência do novo Código Civil substituiu o contrato de representação comercial, ou se tratam de institutos distintos. Da mesma maneira, não há uma orientação clara quanto à possibilidade ou não de aplicação das regras da Lei especial (Lei 4.886/65) ou, se admitida a sua aplicabilidade, quando deve ela ser aplicada, e quando se deve aplicar o Código Civil.

Como dito anteriormente, é justamente a busca pela resposta a essa questão que mais diretamente inspira o presente trabalho.

## **CAPÍTULO II – AS DÚVIDAS ACERCA DA EXISTÊNCIA OU NÃO DE UM CONTRATO DE AGÊNCIA DISTINTO DO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL APÓS A PROMULGAÇÃO DO CÓDIGO CIVIL DE 2002**

Apesar de já passados mais de cinco anos desde a entrada em vigor do novo Código Civil, em janeiro de 2002, a questão relativa à existência ou não de um contrato de agência distinto do contrato de representação comercial ainda é muito controversa, e parece estar longe de ter uma definição.

Essa questão está ainda começando a ser debatida nos Tribunais e, por isso, ainda não há uma posição jurisprudencial consolidada sobre o assunto. Na doutrina esse já é um tema recorrente; entretanto, mesmo entre os doutrinadores não há uma posição sedimentada sobre a matéria; parte dos autores defende a similitude dessas figuras contratuais; parte defende sua distinção.

O certo é que legislador não observou a melhor técnica para promover a alteração almejada, trazendo o tema para dentro do Código Civil e com isso causando toda essa confusão. Se o objetivo era apenas corrigir a terminologia dessa figura contratual, deveria tê-lo feito através de lei específica.

O Código Civil de 2002 e a Lei 4.886/65 regulamentaram a atividade do agenciamento de forma distinta. O Código Civil não se preocupou com as especificidades contratuais, regulando a matéria de uma forma mais genérica. A Lei 4.886/65, ao contrário, regulou a matéria de forma exaustiva estabelecendo, inclusive, a criação de Conselhos Regionais e Conselho Federal dos Representantes Comerciais, bem como estabelecendo a obrigatoriedade da inscrição dos representantes nestes órgãos de classe.

Assim, com entrada em vigor do Código Civil, que se propôs, de acordo com o relatado pela comissão responsável por sua confecção, a tratar do contrato de representação comercial, mas com o nome que lhes parecia mais apropriado (agência), algumas questões ficaram no ar, e são de vital importância.

A primeira delas: houve não revogação da Lei 4.886/65?

Levando em conta os parâmetros estabelecidos pela Lei de Introdução do Código Civil, poder-se-á chegar a duas conclusões: a primeira delas, que o Código Civil revogou a Lei n.º 4.886/65; a segunda, que não houve revogação, permanecendo intacta a lei dos Representantes Comerciais.

Concluindo-se pela revogação, colocar-se-á em xeque a relação entre representantes e representados, que obtiveram a estabilização de suas relações contratuais através da Lei 4.886/65, bem como toda a estrutura responsável pela organização classista (Conselhos Regionais e Federal). Afinal, o novo Código não regulou a existência desses órgãos de classe, além de tratar a matéria de forma muito menos minuciosa, e de não dar atendimento completo aos anseios tanto dos representantes como dos representados.

De outro lado, entendendo-se pela inexistência de revogação, como harmonizar a aplicação desses dois diplomas legais, já que em alguns pontos chegam a ser até mesmo diretamente conflitantes?

Além disso, nesse caso, ou seja, no caso de se entender que não houve revogação da Lei 4.886/65, o novo código não terá se prestado ao fim almejado pelo legislador, já que não terá o condão de alterar a denominação do contrato de representação comercial.

A discussão sobre o tema se revela extremamente importante, na medida em que a representação comercial é uma das técnicas mais utilizadas para distribuição de riquezas no País, e a conclusão acerca desses questionamentos trará efeitos diretos na prática dessa relação contratual.

Por isso, partindo-se da problemática estabelecida em função da entrada em vigor da nova legislação, procurar-se-á uma solução do tema, passando obrigatoriamente pelo posicionamento doutrinário, bem como pelas causas históricas do surgimento do instituto.



## **2.1. Diversas posições doutrinárias sobre a existência ou não de um contrato de agência distinto do contrato de representação comercial**

Os doutrinadores, e também os Tribunais, não chegaram a um consenso se o contrato de agência do novo código é exatamente o mesmo regulado pela Lei n.º 4.886/65, ou se, quando e como a legislação especial (Lei dos Representantes Comerciais) deve ser aplicada.

Para pôr em evidência o rumo que tomou a discussão sobre o assunto, expor-se-ão abaixo as posições doutrinárias mais importantes acerca do tema.

### **2.1.1. Entendimento de que o contrato de agência e representação comercial são sinônimos.**

RUBENS REQUIÃO, mesmo tendo tratado do assunto antes da entrada em vigor do novo código, ao estudar o projeto de lei n.º 634/75 que, quase sem alterações, culminou no novo Código Civil, entendia que *o contrato de agência nada mais é do que o atual contrato de representação comercial, objeto da legislação especial, contida na lei n.º 4.886, de 9.12.1965*<sup>13</sup>. Entretanto, ponderou que *não seria criticável se mantivesse a denominação “representação comercial”, já consagrada nos costumes do País, e em nosso Direito*.

ARNALDO RIZZARDO, na mesma toada, entende que as expressões “agência” e “representação comercial” envolvem idêntico conteúdo, e são empregadas indistintamente com a mesma idéia<sup>14</sup>. Ele não diferencia um contrato do outro, considerando aplicáveis as normas da Lei dos representantes comerciais quando o Código Civil silencia em relação ao assunto e, de outro lado, considerando aplicáveis as disposições do Código

---

<sup>13</sup> REQUIÃO, Rubens. Projeto de Código Civil. Apreciação Crítica sobre a Parte Geral e o Livro I (Das Obrigações). In *Revista dos Tribunais*. Vol 477. p. 25

<sup>14</sup> RIZZARDO, Arnaldo. Contratos. 2ª. Ed. Forense: Rio de Janeiro, 2002. p. 967

quando ele dispuser sobre a mesma matéria tratada na lei dos representantes comerciais. Exemplifica esse entendimento dizendo que, em relação ao prazo para denúncia do contrato por prazo indeterminado, como o art. 720 do Código Civil dilata o prazo o prazo da notificação para três meses, desde que transcorrido período compatível com a natureza e o vulto do investimento exigido do agente, alterando, neste ponto, o art. 34 da Lei 4.886/65 que previa um prazo de 30 dias para a denúncia unilateral do contrato por prazo indeterminado.

MARIA HELENA DINIZ<sup>15</sup> trata simultaneamente de ambos os contratos, atribuindo-lhes inclusive o mesmo conceito, sem no entanto apresentar a razão pela qual entende tratar-se de um só contrato. Ao expor as características do contrato, apóia-se basicamente nos dispositivos do Código Civil, silenciando sobre aspectos relevantes previstos na Lei 4.886/65.

WASHINGTON DE BARROS MONTEIRO<sup>16</sup>, a seu turno, afirma que o contrato de agência e distribuição nada mais é do que o contrato de representação comercial regulado pela Lei n.º 4.886, de 9 de dezembro de 1965, sem explicar, no entanto, os motivos que o levaram a entender no sentido dessa equivalência entre os contratos.

Já HUMBERTO THEODORO JUNIOR<sup>17</sup> sustenta que o novo Código Civil, a exemplo do direito europeu, abandonou o *nomen iuris* de “representante comercial”, substituindo-o por “agente”, mas sua função continuaria sendo exatamente a mesma do representante comercial autônomo”.

Para ele, em que pese o novo Código Civil ter regulado a matéria com nome distinto, não houve a revogação da legislação especial (Lei 4.886/65) em vigor, como se ressalva no art. 721. Procura harmonizar a aplicação desses dois diplomas legais argumentando que a Lei 4.886/65 define o **representante** comercial (isto é, o agente), ao passo que o Código Civil, em seu artigo 710, define o **contrato** típico que vincula o representante comercial, não havendo contradição que possa incompatibilizar um com o outro.

---

<sup>15</sup> DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. 19ª ed. vol. 3. Saraiva: São Paulo, 2003. p. 395

<sup>16</sup> MONTEIRO, Washington de Barros. Curso de Direito Civil.. 34ª ed. Vol. 5. Saraiva: São Paulo. p. 309

JAIRO SADDI<sup>18</sup> defende que o novo Código Civil apenas deu *outro nome para a mesma relação conhecida tradicionalmente como representação comercial*, isso tudo para corrigir uma impropriedade terminológica do contrato de representação comercial, já que a representação (entendida como o poder de concluir negócios) poderia ou não acontecer neste contrato. Entende que, em razão disso, seria mais adequado a esta espécie o termo inglês *agency* (agente), porque esta relação negocial implica no agenciamento de pedidos.

Porém, ainda que entenda tratar-se da mesma figura contratual, sustenta o aludido autor que o Código Civil tratou do tema de forma genérica, sendo aplicáveis subsidiariamente aos agentes a legislação especial (Lei 4.886/65). Entende, por outro lado, que foram revogados os dispositivos da Lei 4.886/65 que conflitem com os dispositivos do Código Civil sobre a matéria, permanecendo em vigor os demais<sup>19</sup>.

### **2.1.2 Entendimento de que o contrato de agência e representação comercial são distintos.**

SILVIO SALVO VENOSA<sup>20</sup> defende, ainda que sem deixar claramente o porquê, serem figuras distintas. Para ele a lei do representante comercial será aplicada sempre que o agente for devidamente registrado, nos termos do art. 5º da Lei n.º 4.886/65 e realizar negócios em razão da profissão habitual, pouco importando que pratique ele negócios de agência.

Não apresentar, contudo, uma distinção entre estes contratos deixando à jurisprudência o ônus de defini-los. Acredita, no entanto, que independentemente de qual a atividade exercida (agência ou representação), poderão as partes dispor sobre qual regra adotar, se a do Código Civil ou da Lei 4.886/65.

---

<sup>17</sup> THEODORO JUNIOR, Humberto. Do contrato de agencia e distribuição o novo Código Civil. *In Revista dos Tribunais*. Vol. 812. pág. 22.

<sup>18</sup> SADDI, Jairo. Considerações acerca da representação comercial frente ao novo Código Civil. *In Revista de Direito Mercantil*. Vol. 129. pág. 54.

<sup>19</sup> SADDI, Jairo. Op.cit. p. 58

<sup>20</sup> VENOSA, Silvio de Salvo. Direito Civil. Contratos em Espécie. 5ª ed.vol.3. Atlas: São Paulo, 2005.

RUBENS EDMUNDO REQUIÃO<sup>21</sup>, de sua feita, trata o contrato de agência e representação comercial como figuras contratuais distintas. Segundo ele o *Código Civil, na hipótese do art. 710 e seguintes, procurou regular de modo genérico, a atividade do agenciamento, abrangendo seus variados e distintos perfis*, englobando, além do contrato de representação comercial os contratos inerentes às atividades exercidas *por pessoas que vieram a ser denominadas agentes auxiliares do comércio*. Esses agentes, denominados, também, de **agentes de negócios**, considerados pela legislação específica e oficial de corretores, cujos contratos eram regulados pelo art. 35 e seguintes do Código Comercial, são pessoas que atuam por conta própria, sem vínculo de subordinação, como mediadores profissionais autônomos e neutros, praticando verdadeiros atos de corretagem civil no trato habitual e generalizado de alheios interesses.

Entre esses contratos, além da atividade dos corretores, que era regulada pelo art. 36 e seguintes, incluem-se os contratos realizados pelas agências marítimas, agências publicitárias, pelos agentes de seguros, pelas agências de ônibus, pelas agências de automóveis e pelas agências de bicicleta.

No mesmo texto, o autor aponta as seguintes distinções entre o contrato de agência e o de representação comercial:

- a) **campo de atuação**: a representação comercial tem campo limitado à intermediação de negócios mercantis (art. 1º da Lei n.º 4.886/65), ao passo que a agência tem objetivos mais amplos, abrangendo todas as hipóteses de aproximação, com conteúdo estável;
- b) **partes**: pessoas físicas e jurídicas poderão ser representantes comerciais, enquanto o agente, segundo interpretação do art. 719 do código civil, deve ser pessoa natural;
- c) **denúncia do contrato por prazo indeterminado**: o aviso prévio é de 30 dias, no mínimo, para o contrato de representação comercial, enquanto no contrato de agência este prazo é de no mínimo 90 dias;

---

309.

<sup>21</sup> REQUIÃO, Rubens Edmundo.

d) **eficácia do aviso prévio**: no contrato de agência, o aviso prévio só tem eficácia se já houver transcorrido prazo compatível com a natureza e o vulto dos investimentos realizados pelo agente (art. 720); no contrato de representação comercial, por interpretação estrita da lei 4.886/65, o aviso prévio não fica condicionado à amortização dos investimentos realizados pelo representante.

ALFREDO DE ASSIS GONÇALVES NETO<sup>22</sup> também entende tratarem-se de contratos distintos. Para ele o contrato de agência é um gênero do qual seria espécie o contrato de representação comercial. Em suas palavras, *o contrato de agência é um tipo aberto, mais abrangente do que o regulado pela lei n.º 4.886, de 1965, Ou seja, a representação comercial é uma espécie de contrato de agência*<sup>23</sup>.

Segundo o autor, o caráter aberto do contrato de agência se evidencia na medida em que, ao contrário do contrato de representação comercial, não pressupõe a existência de **vínculo permanente** entre representante e representado, o que, conforme defende, fica claro pela inexistência de previsão quanto:

- i) ao fornecimento de informações detalhadas sobre o negócio;
- ii) à dedicação na expansão dos negócios;
- iii) à sugestão de providências acauteladoras. Providências que, ao contrário, são destacadas pelos artigos 28 a 30 da Lei 4.886/65.

Além disso, destaca que não existe uma previsão clara sobre a **natureza da obrigação** do agente podendo ela ser de meio ou de resultado, de acordo com os critérios estipulados pelo Código Civil (arts. 714 e 717).

Por último, demonstra que o Código Civil deixou em aberto os critérios de determinação da remuneração do agente (*se mediante comissão ou outra espécie de estipêndio, se seu pagamento fica condicionado ou não ao resultado da atuação do agente e se é exigível ou não em caso de insolvência*

---

<sup>22</sup> GONÇALVES NETO. O contrato de Representação Comercial no Contexto do Código Civil de 2002. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coordenação BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006

<sup>23</sup> GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. Op.cit. p.213

do comprador ou quando este desfizer o negócio) como naquela referida lei regulamentar da profissão de representante comercial (arts. 27, letra “F”, 32, § 4º, e 33 §1º).

CARLOS ALBERTO HAUER DE OLIVEIRA<sup>24</sup> defende, igualmente, tratar-se o contrato de agência de um gênero a que pertence o contrato de representação comercial.

De acordo com o autor, o conceito de agência é mais amplo, mais genérico que o de representação comercial, sendo que a diferença entre eles estaria no modo operacional. É que a lei 4.886/65 prevê como o representante promoverá a aproximação entre o representado e seus clientes estabelecendo que, agenciará propostas ou pedidos para transmiti-los ao representado, ao passo que o regramento estabelecido pelo novo Código Civil não estabelece o método utilizado pelo agente para *promover a realização de certos negócios*.

Para ele, a distinção entre esses contratos se realizará de acordo com o caso concreto. Se o agente conduzir sua atividade *mediante a obtenção de pedido para posterior submissão ao contratante*, estar-se-á diante do contrato especial de representação comercial, sendo aplicáveis as regras da Lei 4.886/65. Se, ao contrário, a atividade consistir na aproximação das partes para a realização de um *certo negócio, mas não mediante a simples obtenção de pedidos para transmitir ao contratante*, o contrato será o de agência e se regerá pelas regras gerais estabelecidas pelo Código civil.

ORLANDO GOMES, a seu turno, considera a representação comercial um *subtipo* do contrato de agência. Para ele a distinção entre eles se circunscreve ao fato de que o art. 1º da lei nº 4.886/65 limita a atividade do agente à promoção de “negócios mercantis”, ao passo que o art. 710 do Código Civil de 2002 refere-se, de modo mais amplo, à promoção de “certos negócios”, sem o necessário atributo da mercantilidade.

---

<sup>24</sup> OLIVEIRA, Carlos Alberto Hauer de. Agência e Representação comercial: A Necessidade de Harmonização da Disciplina Jurídica. In Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coordenação BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006.

Desse modo, sustenta que atualmente *o contrato de agência encontra-se regulado precipuamente pelas normas gerais contidas no Código Civil de 2002, mas também pelas normas da Lei nº 4.886/65.*

Já ARAKEN DE ASSIS acredita que o art. 710 do Código Civil estremeou o contrato de agência de suas figuras afins, indicando os elementos que especificam a atividade do agente e reforçando a autonomia dessa atividade contratual, evitando confundi-la com a representação comercial. Segundo ele, a distinção estaria no núcleo das atividades; enquanto pelo contrato de agência se buscaria *promover a realização de certos negócios*, o que limitaria o agente a recolher ofertas ou convites à oferta de negócios e transmiti-los ao agenciado, na representação comercial se buscaria o *agenciamento de propostas e pedidos*, o que, para ele, implicaria na possibilidade de se concluir o negócio. Em suas palavras “o agente não é (...) representante comercial, porque não conclui negócio para o representado” <sup>25</sup>. Se o agenciado outorga poder de concluir o negócio, há o acréscimo da representação, assumindo o agente a condição de representante comercial.

ARAKEN DE ASSIS aponta ainda outras duas distinções desses contratos: o representante, pelo que se extrai do art. 1º da Lei 4.886/65, agenciaria apenas operações mercantis, não havendo essa restrição no contrato de agência; além disso, a agência é um contrato consensual, porque se origina da vontade dos seus figurantes e não se subordina à forma solene, podendo ser realizado sem forma específica, já o contrato de representação é formal e para sua validade deve conter os requisitos apontados no art. 27 da lei de representação que estipula condições gerais para a realização do contrato.

## **2.2. Considerações pessoais, a partir do confronto das diversas posições doutrinárias.**

Ainda não há, na doutrina, uma definição segura sobre o tema. Tanto aqueles que defendem a existência de um contrato de agência distinto do de representação comercial, quanto os que entendem tratar-se da mesma figura

---

<sup>25</sup> ASSIS, Araken. Op.cit. p. 198

contratual não conseguiram explicar de maneira suficientemente clara seus argumentos.

Os poucos que se aventuraram a defender a identidade dessas figuras contratuais, ou sequer se propuseram a explicar a sua posição, ou não apresentaram argumentos minimamente convincentes para isso.

Em relação a eles ficou a seguinte pergunta no ar: houve revogação ou derrogação da lei dos representantes comerciais?

As regras de revogação de lei anterior por lei posterior estão dispostas de maneira clara na Lei de Introdução ao Código Civil, que em seu art. 2º, §1º, determina que *“A lei posterior revoga a anterior quando expressamente o declare, quando seja com ela incompatível ou quando regule inteiramente a matéria de que tratava a lei anterior”*. Em contrapartida, dispõe o §2º do mesmo artigo que *“A lei nova, que estabeleça disposições gerais ou especiais a par das já existentes nem revoga nem modifica a anterior”*.

Desse modo, de acordo com as regras da Lei de Introdução ao Código Civil, pode-se concluir que, o entendimento de que o contrato de agência tratado no Código Civil, em seus artigos 710 a 721, é o mesmo contrato de representação comercial da Lei 4.886/65, leva necessariamente à conclusão de que a lei dos representantes foi revogada.

Não há como logicamente entender que o Código Civil promoveu a alteração do nome do instituto “representação comercial” substituindo-o pelo termo “agência” e mesmo assim considerar-lhe aplicável a Lei 4.886/65, com base no art. 721, que garante a aplicação da legislação especial ao contrato de agência.

Ora, se a Lei n.º 4.886/65 é a lei especial aplicável ao contrato de agência, então obviamente o Código Civil é a lei geral, pois não se cogita a aplicação de uma lei especial a outra lei especial. Dessa maneira, conforme o preceitua o §2º do art. 2º da Lei de Introdução ao Código Civil, *a lei nova, que estabeleça disposições gerais ou especiais a par das já existentes nem revoga nem modifica a anterior*, continuando o instituto da representação comercial a atender pelo mesmo nome.

De outro lado, caso se considere que o código promoveu a alteração do nome do instituto, sabendo que o objeto imediato dessas duas práticas



contratuais é exatamente o mesmo - agenciamento de negócios pelo agente em favor do agenciado - entendendo-se que as duas regras têm o mesmo âmbito de extensão, o código terá revogado a Lei n.º 4.886/65, conforme a regra do art. 2º, §1º da Lei de Introdução do Código Civil.<sup>26</sup>

Já entre aqueles que acreditam tratar-se de figuras contratuais distintas, no entanto, não foi apresentado um critério que pudesse distinguir o contrato de agência do contrato de representação comercial.

Essa corrente doutrinária trouxe um conceito importante para qualificar as duas figuras contratuais: ser o contrato de agência um gênero do qual o contrato de representação comercial é espécie.

Parece correto atribuir caráter geral às regras do Código Civil, pois ao regular o contrato de agência não se preocupou em detalhar a relação contratual, além de prever a aplicabilidade de lei especial (art. 721), o que indica que o contrato do código é um gênero.

Contudo, ainda que se concorde com esse argumento doutrinário, faltou um critério que pudesse distinguir o gênero da espécie, pois ao contrário, a conclusão, como já dito, será de que houve revogação do Lei n.º 4.886/65.

A possibilidade de concluir os negócios, por exemplo, não parece um critério sólido para tanto, porque essa possibilidade já era tida como uma faculdade da relação contratual mesmo na Lei 4.886/65.

Também não parece que esse critério, com a extinção da distinção entre negócios civis e mercantis, possa ser encontrado no art. 1º da Lei dos representantes, que legava a prática da representação comercial apenas aos negócios mercantis.

De igual maneira, não parece que o código tenha destinado a prática do contrato de agência apenas às pessoas naturais, já que o conceito de pessoa engloba tanto as pessoas naturais quanto as pessoas jurídicas.

Enfim, falta a essa corrente doutrinária um critério que possa distinguir os contratos de representação comercial da Lei 4.886/65 e o contrato de agência dos arts. 710 a 721 do Código Civil.

---

<sup>26</sup> Art. 2º (...) §1º A lei posterior revoga a anterior quando expressamente o declare, quando seja com ela incompatível ou quando regule inteiramente a matéria de que tratava a lei anterior.

Devidamente exposto o problema, é com base nestes posicionamentos doutrinários, vinculados motivos históricos acerca do surgimento do instituto, que, depois de demonstradas as características peculiares do instituto, passar-se-á a defender um critério que possibilite a distinção desses contratos.

## **CAPÍTULO III - SEMELHANÇAS ESTRUTURAIS ENTRE O CONTRATO DE AGÊNCIA E O CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL**

Embora tratados em diplomas legais distintos, o contrato de agência e o contrato de representação comercial guardam diversas semelhanças estruturais entre si, as quais serão devidamente analisadas a seguir.

### **3.1 Conceito**

Entende-se por contrato de representação comercial ou agência aquele em que uma parte se obriga, mediante remuneração, a realizar negócios, em caráter não eventual, em favor de outra.<sup>27</sup>

### **3.2. Definição legal do instituto**

#### **3.2.1. Definição legal do instituto no Brasil**

No ordenamento pátrio tanto o contrato de representação comercial, como de agência, apesar de serem regidos por diplomas legais distintos (Lei nº 4.886/65 de Código Civil) têm definições semelhantes.

A lei 4.886/65 definiu essa atividade contratual, em seu artigo primeiro, da seguinte forma: *Exerce a representação comercial autônoma a pessoa jurídica ou pessoa física, sem relação de emprego, que desempenha, em caráter não eventual por conta de uma ou mais pessoas, a mediação para a realização de negócios mercantis, agenciando propostas ou pedidos, para transmiti-los aos representados, praticando ou não atos relacionados com a execução dos negócios.* Ressaltando em seu parágrafo único que *Quando a representação comercial incluir poderes atinentes ao mandato mercantil, serão aplicáveis, quanto ao exercício deste, os preceitos próprios da legislação comercial.*

---

<sup>27</sup> MARTINS, Fran. Contratos e obrigações comerciais. Forense: Rio de Janeiro, 2000. p.269

Já o Código Civil de 2002 definiu essa atividade da seguinte maneira: **Art. 710.** *Pelo contrato de agência, uma pessoa assume, em caráter não eventual e sem vínculos de dependência, a obrigação de promover, à conta de outra, mediante retribuição, a realização de certos negócios em zona determinada, caracterizando-se a distribuição quando o agente tiver à sua disposição a coisa a ser negociada*, ressalvando igualmente que *O proponente pode conferir poderes ao agente para que este o represente na conclusão dos contratos.*

### **3.2.1.1. Definição legal do instituto no direito comparado.**

#### **3.2.1.2. Definição do instituto no direito alemão**

Foi na Alemanha, que primeiramente se percebeu a especificidade jurídica da agência. Inicialmente, foram os Tribunais que acolheram esse novo tipo contratual. Sua consagração jurisprudencial deu-se em uma decisão do *Reichsgericht*, de 1892, ocasião em que foram fixados os contornos do contrato. Logo em seguida a agência foi transformada em contrato legalmente típico, pela sua recepção nos §§ 84 e seguintes do Código do Comércio<sup>28</sup>.

O Direito Alemão definiu o contrato de agência (*handelsvertretervertrag*) como a convenção entre um profissional independente e uma empresa, pela qual o primeiro se obriga, em caráter permanente, a promover negócios para a segunda, ou a celebrá-los em nome desta<sup>29</sup>.

#### **3.2.1.3. Definição do instituto no direito italiano**

O cerne da regulamentação do contrato de agência na ordem jurídica italiana coube aos art. 1742 e seguintes, do *Codice Civile*.

Do art. 1.742 resulta que o *contratto di agenzia* é aquele pelo qual uma parte assume de modo estável o encargo de promover, por conta da outra, mediante retribuição, a conclusão de contratos numa zona determinada.

<sup>28</sup> DE PAOLA, Leonardo Sperb. op. cit. p. 24

<sup>29</sup> BARATA, Carlos Lacerda. Op. cit. P. 21

O conceito legal é precisado, em outros artigos do código, em aspectos tão relevantes como a onerosidade do contrato (art. 1.748), a exclusividade (art. 1.743), ou a representação (art. 1.745), e também no art. 1752 que acrescenta que “as disposições destes capítulo se aplicam mesmo na hipótese em que ao agente é conferida, pelo proponente, a representação para a conclusão dos contratos”.<sup>30</sup>

#### **3.2.1.4. Definição do instituto no direito francês**

No direito francês, conforme define o art. 1º do Decreto nº 58-1345 de 23 de Dezembro de 1958 (alterado pelo Decreto 68-765 de 22 de agosto de 1968), é agente comercial o mandatário que, a título de profissão habitual e independente, sem estar vinculado por um contrato de prestação de serviços, negocia e, eventualmente, conclui compras, vendas, locações ou prestações de serviços, em nome e por conta de produtores, industriais ou comerciantes.

#### **3.2.1.5. Definição do instituto no direito suíço**

À regulamentação legal do contrato de agência dedicou o legislador suíço (por lei datada de 4 de fevereiro de 1949) os arts. 418a a 418v do *Code des Obligations* (C.O.).

Este, conforme resulta do art. 418a do C.O., traduz, para o legislador helvético, a *convenção pela qual um mandante encarrega, a título permanente, uma pessoa de negociar para si a conclusão de negócios ou de os concluir em seu nome e por sua conta, sem estar vinculada por um contrato de trabalho*<sup>31</sup>.

#### **3.2.1.6. Definição do instituto no direito português**

O contrato de agência foi regulado, por sua vez, no direito português, por meio do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de julho de 1986, atualizado pelo Decreto-Lei 118/93, de abril de 1993, que em seu art. 1º definiu o contrato de agência

<sup>30</sup> REQUIÃO, Rubens. Op.cit. p 14

<sup>31</sup> BARATA, Carlos Lacerda. Op. cit. P.24.

como “o contrato pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta da outra a celebração de contratos, de modo autônomo e estável e mediante retribuição, podendo ser-lhe atribuída certa zona ou determinado círculo de clientes. Este decreto também é aplicável à concessão e à distribuição.

### 3.3. Natureza e Características

Os contratos de agência e representação comercial pertencerem ao gênero dos contratos de distribuição, entendidos como aqueles destinados a colocar **produtos** ou **serviços** no mercado<sup>32</sup>.

O contrato de distribuição<sup>33</sup>, por sua vez, enquanto gênero, abriga todos aqueles tipos contratuais que estabelecem um vínculo duradouro de colaboração/integração entre um produtor ou fornecedor e um agente comerciante autônomo, com vistas à colocação de bens ou serviços no mercado<sup>34</sup>, entre os quais também figuram o contrato de franquia, de concessão mercantil e de revenda com exclusividade<sup>35</sup>.

Esses contratos possuem as seguintes características próprias:

**a) Profissionalidade do agente.** A atividade do representante ou do agente deve ser o agenciamento de negócios, em caráter pessoal, por meio de propostas ou pedidos enviados ao representado, de pessoas que desejem comerciar<sup>36</sup>. Apesar dessa atividade não exigir nenhuma qualificação técnica, como a formação superior ou em curso técnico, pressupõe que o agente o faça de forma organizada de maneira a propiciar a realização de negócios.

**b) Autonomia.** Não existe qualquer vínculo de emprego entre o agente e o agenciado, não existindo igualmente subordinação hierárquica, mas tão-somente uma subordinação de caráter empresarial, já que os arts. 1º da Lei

---

<sup>32</sup> GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coord. BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006 pag 201

<sup>33</sup> A distribuição de que trata o art. 710 é conhecida na prática como o contrato de revenda com exclusividade, não se confundindo com a Distribuição, enquanto gênero contratual.

<sup>34</sup> DE PAOLA, Leonardo Sperb. *Op.cit.* p. 15.

<sup>35</sup> GONÇALVES NETO, *op.cit.* p. 201.

<sup>36</sup> MARTINS, Fran. *Op. cit.* p. 273

4.886/65 e o art. 710 do Código Civil são claros ao determinar a inexistência de vínculo empregatício.

**c) Habitualidade.** O agenciamento se caracteriza pela prática sucessiva e habitual de atos de agenciamento. Esse é um requisito obrigatório dessas figuras contratuais, conforme se extrai dos textos legais que as sustentam. Dessa maneira, a prática o agenciamento de negócios, ainda que em nome e por conta do agente, mas esporádica, desconfigura essas práticas contratuais.

**d) Onerosidade.** Esses contratos não são realizados a título gratuito, pressupondo o recebimento de uma contraprestação pelo agente ou pelo representante. Diferenciam-se, no entanto, em relação à forma de contraprestação, já que no contrato de representação comercial a contraprestação se dá pelo pagamento de comissão, entretanto, no contrato de agência não há uma definição clara sobre a forma de se remunerar o agente, podendo ser mediante comissão ou outra maneira acordada entre as partes.

**d) Natureza comercial.** Ambos os contratos se voltam para a realização de negócios, com o objetivo de colocar bens no mercado. A natureza comercial desses institutos implica na realização de atos relacionados coma a execução de negócios, o que quer implicar em mediação e agenciamento de atos para a distribuição de bens.

### 3.4. Objeto da relação jurídica

A par de tantas características comuns, há um ponto que diferencia o contrato de representação comercial do contrato de agência: o objeto.

O objeto desses contratos se divide em dois: objeto mediato e o objeto imediato. O objeto imediato se refere à obrigação contida no contrato, qual seja o agenciamento de negócios. Já o objeto mediato se refere ao conteúdo da obrigação, ao conteúdo desse agenciamento.

E é nesse ponto que se distinguem o contrato de agência e representação comercial. Ambos possuem o mesmo objeto imediato, qual seja, o agenciamento de negócios pelo agente em favor do agenciado. Contudo, como será demonstrado na sequência, diferem com relação ao seu objeto mediato.

O novo Código Civil, ao tratar do contrato de agência, o fez de maneira genérica, não limitando o conteúdo da obrigação da relação contratual, ao contrário da lei do representante comercial que, por ter sua gênese na intermediação da compra e venda de produtos manufaturados, limitou a prática dessa atividade contratual ao agenciamento de negócios relativos à circulação de mercadorias (produtos e artigos), deixando de lado a prática dessa atividade contratual em relação ao agenciamento de serviços.



## **CAPÍTULO IV - PROPOSIÇÃO DE UM NOVO CRITÉRIO PARA DISTINÇÃO DO CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL E O CONTRATO DE AGÊNCIA.**

### **4.1. Contrato de agência como gênero ao qual pertence o contrato de representação comercial**

Como primeiro ponto, na busca de um critério que nos permita distinguir essas duas práticas contratuais, passasse a demonstrar que o contrato de agência é um gênero ao qual pertence a representação comercial.

Os contratos de agência e representação comercial possuem os mesmos requisitos para a sua caracterização, conforme quadro abaixo, o que os coloca dentro de uma mesma categoria contratual.

<b>Requisitos para a caracterização Art. 1º da Lei 4.886/65</b>	<b>Requisitos para a caracterização Art. 710 do Código Civil</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) pessoa jurídica ou física;</li> <li>b) sem relação de emprego;</li> <li>c) caráter não eventual;</li> <li>d) por conta de outra pessoa;</li> <li>e) mediação para a realização de negócios mercantis, por agenciamento de propostas ou pedidos;</li> <li>f) podem praticar atos de conclusão dos negócios;</li> <li>g) neste caso, aplicar-se-á a legislação atinente ao mandato mercantil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) pessoa;</li> <li>b) sem vínculo de dependência;</li> <li>c) caráter não eventual;</li> <li>d) à conta de outra pessoa;</li> <li>e) realização de certos negócios;</li> <li>f) pode praticar ou não atos de conclusão dos negócios;</li> <li>g) aplica-se, no que couber, as regras concernentes ao mandato e à comissão e as constantes em lei especial;</li> </ul>

Entretanto, os diplomas legais que disciplinam a matéria o fizeram de forma distinta. Código Civil, ao tratar da matéria em doze artigos, estabeleceu apenas as regras gerais para esta prática contratual, deixando que os contornos da relação jurídica fossem traçados de acordo com a espécie de contrato realizado.

A Lei 4.886/65, ao contrário, foi exaustiva ao dispor sobre o contrato de representação comercial, previu desde os requisitos obrigatórios do contrato (art. 27), até situações ainda mais específicas da relação contratual, como o dever de o representante fornecer ao representado informações detalhadas sobre o andamento do negócio a seu encargo, dedicando-se à representação de modo a expandir os negócios do representante e a promover seus produtos (arts. 28 a 30).

Até os critérios de remuneração do agente foram previstos pela lei do representante comercial, em seu arts. 27, letra “f”, 32, §4º e 33, §1º, ao contrário do Código Civil silencia com relação a isso.

Além disso, a Lei 4.886/65 não apenas estabeleceu as regras para a realização do contrato de representação, como no código, mas também previu a criação de toda uma estrutura administrativa que permitisse organizar e fiscalizar essa prática contratual, ao prever em seu artigo 6º, a criação dos Conselhos Regionais de Representação Comercial e do Conselho Federal, bem como a obrigatoriedade de inscrição dos representantes nos Conselhos Regionais (art. 2º).

Inclusive, o próprio legislador indicou que o contrato de agência do Código Civil é uma figura contratual genérica, ao prever no art. que “*Aplicam-se ao contrato de agência de distribuição, no que couber, as regras concernentes ao mandato e à comissão e as constantes em lei especial*”. Ora, se são aplicáveis as regras da lei especial ao contrato de agência, por óbvio essa categoria contratual é um gênero em que se incluem outros contratos.

Entretanto, o simples fato de o Código Civil tratar a matéria de maneira mais enxuta, não leva à conclusão de que o contrato de representação é um gênero do contrato de agência, e nem se pode concluir que a lei especial de que trata o art. 721 é a Lei n.º 4.886/65. Falta para isso um critério capaz demonstrar a especialidade do contrato de representação.

#### 4.2. Objeto mediato da relação jurídica como característica que diferencia os contratos de agência e representação comercial

A definição dos institutos, assim como os requisitos para a caracterização dos contratos de agência e representação comercial são os mesmos, então: qual o critério que diferencia um contrato do outro?

A nosso ver, essa diferença se encontra no objeto imediato da relação jurídica dos contratos.

Enquanto o objeto mediato do contrato de agência abrange o agenciamento de serviços, produtos e artigos, o objeto mediato do contrato de representação comercial abrange apenas produtos ou artigos, ligados diretamente à idéia de bens materiais.

Para demonstrar nossa posição, relevante voltar à origem do instituto. Como destacou RUBENS REQUIÃO, essa atividade (representação comercial) tem origem no agenciamento de produtos manufaturados. Os antepassados dos representantes comerciais eram os mascates, os caixeiros viajantes, que levavam a uma região distante o produto.

Antes mesmo da tipificação legal, a atividade da representação comercial já era reconhecida e conceituada em nossa jurisprudência como relativa à prática da colocação mercadorias em circulação. Assim foi conceituada essa relação jurídica pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, já no ano de 1957<sup>37</sup>:

*A representação comercial é o contrato que se estabelece entre duas pessoas, uma das quais comerciante, ou não, que se incumbe de realizar para outra, com terceiros, **venda ou negócios de mercadorias, das que constituem objeto da atividade comercial do representado**, de quem procura aproximar os clientes, no interesse deste, mediante a remuneração e outras condições entre ambas ajustadas.*

---

<sup>37</sup> Acórdão da Lavra do Desembargador Hoepner Dutra, publicado na Revista dos Tribunais Volume 273. pág. 526

*O representante promove a venda, mas não participa diretamente do negócio, visto que há uma transação direta entre o representado e o cliente.*

Essa característica do contrato de representação comercial foi absorvida pela Lei 4.886/65A que, ainda que timidamente, fez questão de colocar em evidência que o objeto mediato da relação se limitava ao agenciamento de produtos ou artigos.

Essa posição fica clara da leitura dos artigos 27 da lei dos representantes comerciais, ao estipular como cláusula obrigatória a indicação dos produtos ou artigos objeto da representação, bem com ao estipula que as comissões serão calculadas sobre o valor das mercadorias.

Assim o fez a Lei 4.886/65:

**Art. 27.** *Do contrato de representação comercial, além dos elementos comuns e outros a juízo dos interessados constarão obrigatoriamente (...)*

*b) indicação genérica ou específica dos **produtos ou artigos** objeto da representação (...)*

Poder-se-ia cogitar, no entanto, que a prestação de serviços pudesse ser incluída no conceito de produto<sup>38</sup>. Contudo prosseguindo na análise da Lei 4.886/65 fica claro que não foi o caso, pois em seu artigo 32, a referida lei estipula as comissões devem ser calculada de acordo com o valor da **mercadorias** envolvidas nos negócios realizados:

**Art. 32.** *O representante comercial adquire o direito às comissões quando do pagamento dos pedidos ou das propostas.*

**(...)§ 4º As comissões deverão ser calculadas pelo valor total das mercadorias.**

---

<sup>38</sup> De Plácido e Silva assim definiu produto: Produto. Juridicamente, exprime o vocábulo toda utilidade produzida. E, neste sentido, tanto designa as **utilidades materiais**, tiradas do solo,

Da mesma forma, e com mais rigor, o conceito de mercadoria não absorve a prestação de serviços. O conceito de mercadoria se baseia na idéia de um bem material, como definiu De Plácido e Silva:

***A rigor, pois, mercadoria é designação genérica dada a toda coisa móvel, apropriável que possa ser objeto de comércio.***

Dessa maneira, parece óbvio que o contrato de representação se restringe, apenas, ao agenciamento de negócios que envolvam a distribuição de bens materiais (produtos ou artigos), com o intuito de colocar **mercadorias** no mercado.

O Código Civil, ao contrário, em momento algum limitou essa prática ao agenciamento de mercadorias, o que nos leva a concluir que, se um contrato se encaixar nos termos do art. 710 do Código Civil e se tratar do agenciamento de serviços, esse contrato será de agência e, estará regulado Código Civil.

Todavia, se o agenciamento for de mercadorias (produtos ou artigos), esse contrato será de representação comercial e por isso mesmo lhe serão aplicáveis todas as disposições contidas na lei de representação comercial, além das do Código Civil que não colidam com as disposições especiais.

Por último, calha comentar que o contrato de agência (distinto do de representação comercial) não é de todo estranho ao nosso ordenamento.

O Código Comercial de 1850, a partir de seu artigo 35, já regula diversas atividades ligas à pratica do agenciamento. Todas elas com a particularidade do agenciamento de serviços. Cita-se como exemplo os corretores, os agentes de seguro, entre outros.

Assim com a revogação expressa da primeira parte do Código Comercial (art. 2.045 do Código Civil) parte dessas categorias contratuais ficaram órfãs de regulamentação legal, e é bem possível que possam ser enquadradas no contrato de agência tratado no Código Civil.

### 4.3 Critério para harmonização das regras do código civil e da lei nº 4.886/65

Há ainda uma última questão que não foi respondida: como harmonizar a aplicação dos dispositivos legais do Código Civil e da Lei 4.886/65. Essa resposta certamente será encontrada nas regras de hermenêutica.

Como já foi debatido, seguindo as regras estabelecidas pela Lei de Introdução ao Código Civil, chegar-se-á, sem erro, à conclusão de que o novo Código Civil não foi capaz de revogar a legislação dos representantes comerciais, na medida em que a Lei 4.886/65 é legislação especial em relação à regra do código, e a lei posterior que trata a matéria de forma geral *não revoga ou altera a legislação especial*.

Assim, sempre que se tratar de contrato de representação aplicar-se-á a Lei 4.886/65, sendo aplicáveis, também, a regra geral no que a legislação especial seja omissa.

No entanto, no caso em que houver confronto entre os textos legais, os casos de antinomias, deverão ser resolvidos pelo critério da *lex specialis*, que é aquele pelo qual, se duas normas são incompatíveis, uma geral e uma especial (ou excepcional), prevalece a segunda: *lex specialis derogat generali*.

No entanto, se duas normas incompatíveis tiverem âmbito de validade *em parte igual e em parte diferente*, a antinomia subsiste somente para a parte comum, e pode-se chamar parcial-parcial: cada uma das normas terá um campo de aplicação em conflito com a outra, e um campo de aplicação no qual o conflito não existe<sup>39</sup>.

Então no caso, por exemplo, de denúncia unilateral de contrato por prazo indeterminado, quando tratar-se de representação comercial, o prazo para denúncia do contrato será o da Lei especial (30 dias) e não o da lei geral. Entretanto, garantido ao representante prazo compatível com a natureza e o vulto do investimento exigido do agente, por não entrar em conflito com o art. 34 da lei 4.886/65 a parte final do art. 720 do Código Civil.

---

<sup>39</sup> BÓBIO, Norberto. Teoria do ordenamento jurídico. Trad. Maria Celeste C.J. Santos. 10ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, p. 89.

## CAPÍTULO V - CONTRATO DE AGÊNCIA DE VIAGEM COMO CONTRATO PARADÍGMA

Para demonstrar a existência de um contrato de agência distinto do contrato de representação comercial, passamos a tratar de um contrato que se encaixa nos moldes do art. 710 do Código Civil, mas que não pode ser considerado como contrato de representação comercial, qual seja o contrato de agência de viagem.

Há um bom tempo a 1ª Turma do Superior tribunal de Justiça já equiparou os contratos de representação comercial, agência e de corretagem para fins tributários, conforme precedente abaixo:

*Detectada essa ratio essendi, interpretação teleológica que auferir o motivo pelo qual foi elaborado o regime SIMPLES indica que as **agências de viagens e turismo são efetivamente assemelhadas aos representantes comerciais e corretores**, porquanto agem por conta de terceiros, in casu, companhias aéreas e hotéis, auferindo comissões pelas vendas empreendidas, aspecto a indicar a ausência de razoabilidade na pretensão de obter benefícios fiscais com exonerações totais ou parciais de tributos, redução do controle burocrático, máxime porque lidam com moeda estrangeira, sem a contrapartida sócio-econômica prevista pela Constituição Federal. (EDcl no REsp 603451 / PE. Ministro LUIZ FUX. T1 - PRIMEIRA TURMA DJ 25/10/2004)*

As agência de viagem, no entanto, não poderiam ser inseridas no ramo representação comercial, apesar de atuar de forma semelhante aos representantes comerciais, justamente por realizarem a intermediação da prestação de um serviço.

Contudo, com a edição do novo código, e a criação de uma categoria geral para os contratos de intermediação, passaram a pertencer ao mesmo gênero contratual dos contratos de representação, o dos **contratos de agência**.

O contrato realizado pelas agências de viagem se encaixa perfeitamente nos moldes do art. 710 do Código Civil.

Vejamos. Pelo contrato de agência de viagem, o agente realiza a intermediação para prestação de serviço aéreo. A agência de viagem, em caráter não eventual, e sem vínculo de dependência, assume a obrigação de promover à conta da companhia aérea, mediante remuneração a realização de certos negócios, qual seja a venda de passagens aéreas.

Note-se, contudo, que o *negócio* promovido pela agência de viagem consiste na prestação de um serviço, pois quando alguém adquire uma passagem aérea, não adquire um bem material, mas está celebrando um contrato de prestação de serviços com a empresa de aviação, por intermédio da agência de viagem, a passagem é o instrumento para a exigência do serviço perante a empresa aérea.

O art. 710 estabelece como obrigação do agente perante o proponente a de “*promover (...) a realização de certos **negócios***”. mais do que “vender” um bem, as agências estão na verdade angariando para as empresas aéreas a contratação por terceiros de seus serviços de transporte aéreo.

A inclusão das agências de viagem entre os contratos de agência do código foi reconhecida recentemente pelo Tribunal Paranaense, ainda que em cognição sumária, ao dar provimento agravos de instrumento nºs. 417.931-9 e 419.741-3, nos quais se discutia questão análoga.

Parece-me que não resta dúvida que os contratos de agência aérea se incluem entre os contratos de agência regulados pelo Código Civil. Da mesma maneira, não se cogita a possibilidade de sua inclusão entre os contratos de representação comercial.

Assim, demonstrando a existência de um contrato de agência distinto do contrato de representação comercial, não há como se cogitar tratar-se da mesma figura, os contratos de representação comercial e agência.



## CONCLUSÃO

Com efeito, tem razão ARAKEN DE ASSIS ao dizer que o novo Código “evitou a assimilação da agência à representação comercial”.<sup>40</sup> O contrato de representação comercial, que já era na prática identificado com o *nomen iuris* agência, passou dela a se destacar com a nova codificação.

Em que pese a vontade do legislador em tratar essa figura contratual sob a denominação que lhe parecia mais apropriada: contrato de *agência*, a nova lei tomou contornos próprios, afinal, a lei *tem vontade própria* que nem sempre coincide com a vontade do legislador.

Com a unificação do direito das obrigações, o novo código encerrou em si uma série de atividades contratuais que estavam dispersas no Código Comercial de 1850, bem como no Código Civil de 1916. Assim, reuniu sob o título agência, em seus artigos 710 a 720, uma série de contratos cujo objeto consiste na intermediação de negócios.

Ao fazê-lo, acabou por evitar que o contrato de representação comercial pudesse ser identificado como contrato de agência, na medida em que esta categoria contratual abrange diversas outras práticas contratuais distintas dele.

Por isso, a nosso ver, restou claro que esses contratos são distintos e não se confundem. O contrato de agência, como posto pelo novo Código Civil, é um gênero ao qual pertence o contrato de representação, e não ele próprio. Suas disposições genéricas dão espaço para que as legislações especiais, tal qual a do representante comercial, tracem os contornos específicos de cada espécie de contrato.

Entretanto, a distinção entre essas duas figuras carecia de um critério sólido, o qual nos parece estar no objeto da relação jurídica.

Assim, concluímos que os contratos de intermediação de negócios, que se enquadrarem nos requisitos do art. 710 do Código Civil, mas que tiverem como objeto mediato a intermediação de negócios com vista a colocar **mercadorias** (produtos ou artigos) no mercado, serão regidos pela lei de representação comercial, e pelo Código Civil no que não for conflitante. Já

---

<sup>40</sup> ASSIS, Araken. Op.cit.201.

quando o agenciamento envolver exclusivamente serviços esse contrato se enquadrará no quadro geral dos contratos de agência e será regido exclusivamente pelo Código Civil, até que haja legislação específica sobre o tema.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Araken de. Contratos Nominados. Revista dos Tribunais: São Paulo 2005.

BARATA, Carlos Lacerda. Sobre o Contrato de Agência. Livraria Almedina:Coimbra, 1991.

BÓBIO, Norberto. Teoria do Ordenamento jurídico. Tradução de Maria Celeste C.J. Santos. 10 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília , 1999.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. 24ª ed. vol. 3. Saraiva: São Paulo, 2008.

GOMES, Orlando. Contratos. 26 ed. Forense: Rio de Janeiro, 2007.

GONÇALVES NETO. O contrato de Representação Comercial no Contexto do Código Civil de 2002. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coordenação BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006

MARTINS, Fran. Contratos e Obrigações Comerciais. 15ª ed. Forense: Rio de Janeiro, 2000.

MONTEIRO, Washington de Barros. Curso de Direito Civil. 34ª ed. vol. 5. Saraiva: São Paulo, 2003.

OLIVEIRA, Carlos Alberto Hauer de. Agência e Representação comercial: A Necessidade de Harmonização da Disciplina Jurídica. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coordenação BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006

REQUIÃO, Rubens. Projeto de Código Civil. Apreciação Crítica Sobre a Parte Geral e o Livro I (Das Obrigações). *In* Revista dos Tribunais nº 477. Revista dos Tribunais, São Paulo, 1975.

REQUIÃO, Rubens. Do Representante Comercial, 4ª ed. Forense: Rio de Janeiro, 1993.

REQUIÃO, Rubens Edmundo. Os Contratos de Agência, de Representação Comercial e o Contrato de Distribuição. O art. 710 do Código Civil. *In* Representação comercial e distribuição: 40 anos da Lei n. 4886/65 e novidades do CC/02 (Arts. 710 a 721). EC 45/04: estudos em homenagem ao Prof. Rubens Requião. Coordenação BUENO, J. Hamilton; MARTINS, Sandro G. Saraiva: São Paulo, 2006.

RIZZARDO, Arnaldo. Contratos. 2ª ed. Forense: Rio de Janeiro, 2002.

SADDI, Jairo. Considerações Acerca da Representação Comercial Frente ao Novo Código Civil. *In* Revista de Direito Mercantil nº 129. Malheiros, São Paulo, 2003.

SILVA, De plácido e. Vocabulário Jurídico. 7ª ed. Forense: Rio de Janeiro, 1982.

THEODORO JUNIOR, Humberto. Do Contrato de Agência e Distribuição no Novo Código Civil. *In* Revista dos Tribunais nº. 812. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2003.

VENOSA, Silvio de Salvo. Direito Civil. Contratos em Espécie. 5ª ed.vol.3. Atlas: São Paulo, 2005.

BRASIL. Supremo Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº. 603451/PE. Relator: Min. Luiz Fux. Brasília, 25 de outubro de 2004. Disponível em <<http://www.stj.gov.br>>. Acesso em 02.10.2008.

PARANÁ. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento nº.417.931-9. Relator: Des. Sérgio Cruz Arenhart. Curitiba, 11 de setembro de 2007. <<http://www.tj.pr.gov.br>>. Acesso em 02.10.2008

\_\_\_\_\_ Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento nº.419.741-93. Relator: Des. Sérgio Cruz Arenhart. Curitiba, 11 de setembro de 2007. <<http://www.tj.pr.gov.br>>. Acesso em 02.10.2008